

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Seperti yang menjadi teori pada umumnya, setiap manusia butuh untuk dihargai, salah satunya adalah kebutuhan manusia untuk didengar. Manusia juga dikatakan memiliki dua dimensi, menurut Plato, dua dimensi itu adalah jiwa dan jasmani. Menurut Anne Ahira dalam situs resminya [www.anneahira.com](http://www.anneahira.com), manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi dengan sesamanya dan tidak ada satu pun manusia yang mampu untuk hidup sendirian tanpa berinteraksi dengan manusia lainnya. Rasa penghargaan diri yang diterima manusia ketika ia merasa diapresiasi akan menjadi pemicu bagi ketenangan jiwa sekaligus kesehatan manusia itu sendiri, karena rasa senang secara tidak langsung juga membangkitkan hormon serotonin dalam tubuh manusia yang mengontrol *mood* baik dan memengaruhi nafsu makan seseorang. Jika manusia kekurangan hormon serotonin, bisa menyebabkan kurangnya rasa percaya diri, fobia, dan bahkan kegelisahan. Ada juga pepatah latin yang terkenal mengatakan istilah *Mens Sana in Corpore Sano* yang artinya *di dalam tubuh yang kuat terdapat jiwa yang sehat*, ini menguatkan pernyataan bahwa jiwa yang kuat memberikan dampak kesehatan bagi jasmani manusia. Data yang dimiliki Riskesdas (Riset Kesehatan Dasar) tahun 2007 mengatakan tentang angka kejadian gangguan jiwa berat (skizofrenia) nasional sebesar 0,5% dan di DKI

Jakarta sendiri tercatat sebanyak 20,3%, gangguan mental emosional (seperti kecemasan, depresi, dan lainlain) pada penduduk yang berumur 15 tahun atau lebih sebesar 11,6% dan di DKI Jakarta tercatat 14,1%. Sedangkan menurut penelitian mengenai kenakalan remaja, anak yang mudah terpengaruh oleh lingkungan yang tidak baik salah satunya disebabkan kurangnya waktu orang tua untuk mendengarkan mereka. Akibatnya mereka mencari orang lain di luar rumah yang mau mendengarkan mereka.

Michael Webb, seorang pakar tentang hubungan, mengatakan bahwa ada banyak cara untuk mengekspresikan kasih sayang. Contohnya adalah dengan mendengar, memeluk, memerhatikan, memuji, menasihati, dan sebagainya. Salah satu yang paling krusial adalah mendengar. Manusia, sebagai makhluk sosial sangat butuh untuk didengar, karena tanpa didengar tidak akan terjadi interaksi timbal balik. Mendengar merupakan cara yang paling sederhana dan mudah untuk dilakukan. Namun yang terjadi dewasa ini adalah sudah semakin minim rasa penghargaan yang diberikan kepada orang lain, salah satunya dengan kurangnya menyediakan telinga untuk mendengar. Berdasarkan observasi yang telah saya lakukan dari berbagai media dan sumber, sebagian besar individu di kota besar sering mengalami konflik disebabkan oleh kurangnya *quality time* bersama dengan orang yang terdekat. Pada akhirnya, jika manusia merasa dihargai dan dicintai, maka ia akan menjadi manusia yang mampu menghargai dan mencintai orang lain juga. Demikian juga berlaku hukum untuk sebaliknya.

Banyak faktor yang memengaruhi kurangnya telinga untuk mendengar. Mas Boy, seorang pengamat komunikasi menjelaskan bahwa faktor-faktor

tersebut bisa berasal dari internal dan juga eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari diri manusia itu sendiri, seperti rasa malu, benci, gengsi, dendam, dan lainnya. Semua faktor ini sulit untuk dirubah karena berasal dari pikiran dan perasaan manusia itu sendiri. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar manusia tersebut yang bisa menghalangi interaksi manusia, contohnya seperti kurangnya waktu, kesibukan, uang, teknologi, dan lainnya. Semua faktor-faktor tersebut awalnya tidak membuat perubahan yang signifikan, namun kelamaan akan berdampak besar bagi hubungan antar manusia. Apalagi ditambah mahalnya “telinga” pada era maju seperti ini. Konsultasi kepada psikolog yang notabene hanya sekedar berbincang-bincang dan bertanya jawab saja sudah bisa menghabiskan uang yang sangat besar. Sekarang ini banyak oknum yang menjadikan “telinga” mereka sebagai sarana untuk mencari uang, yang padahal seharusnya mendengar adalah karunia gratis yang diberikan kepada seluruh manusia. Ditambah perkembangan zaman di dunia, khususnya Jakarta, yang mengharuskan manusia untuk semakin sibuk dengan kegiatannya masing-masing, serta kemajuan teknologi yang terkadang malah menyulitkan untuk saling berkomunikasi secara langsung.

Fenomena tentang mendengar ini begitu menarik perhatian saya, dan menjadi sebuah ide untuk mengadakan kampanye sosial. Kampanye ini dirasakan bisa memiliki pengaruh baik untuk masyarakat agar lebih menghargai sesama dan menyediakan *quality time* lebih banyak. Pertama-tama saya akan melakukan sebuah penelitian kualitatif, yaitu dengan mencari tahu seberapa besar pengaruh rasa penghargaan kepada kejiwaan seseorang. Selain itu, saya juga akan

melakukan sebuah studi literatur untuk mendalami lagi segala sesuatu tentang rasa bahagia yang bisa ditimbulkan dari rasa dihargai. Penelitian ini penting bagi saya karena bisa menentukan keberhasilan dari kampanye yang akan saya adakan.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana mengenalkan gerakan kepedulian sosial '*Free Ears to Hears*' kepada masyarakat melalui media perancangan kampanye sosial yang ditujukan kepada kaum muda di Indonesia?

## **1.3 BATASAN MASALAH**

Membuat perancangan media komunikasi kampanye yang efektif sebagai sarana memperkenalkan kampanye sosial "*Free Ears to Hears*". Perancangan ini dibatasi media *above the line*, *below the line*, dan *through the line*.

## **1.4 TUJUAN**

Tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Mengajak dan menanamkan rasa peduli terhadap sesama melalui gerakan sosial '*Free Ears to Hears*' kepada masyarakat, melalui media-media desain komunikasi visual yang efektif.
2. Membantu dan memotivasi kaum muda di Indonesia yang mengalami depresi dan kurang percaya diri untuk dapat kembali bersemangat.

## **1.5 MANFAAT**

### **1.5.1 Bagi masyarakat**

1. Mengetahui adanya kampanye sosial '*Free Ears to Hears*' yang peduli terhadap pentingnya *quality time* di Indonesia, khususnya Jakarta.
2. Mengetahui betapa pentingnya pembentukan karakter dengan cara mendengarkan orang lain.
3. Menyadari bahwa ada organisasi sosial yang peduli terhadap remaja Indonesia.

### **1.5.2 Bagi sesama rekan seprofesi dan komunitas pendidikan**

1. Menjadi inspirasi yang baik bagi kelangsungan penyelenggaraan kampanye sosial selanjutnya.
2. Menjadi salah satu karya yang bisa dibanggakan untuk Universitas Multimedia Nusantara.

## **1.6 METODE PERANCANGAN**

Agar mendapatkan data yang akurat dalam tugas akhir ini maka digunakanlah metode-metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

### **1.6.1 Pengumpulan Data Primer**

Metode Pengumpulan data primer adalah metode pengumpulan data yang pertama kali dilakukan pencatatan oleh peneliti. (Marzuki, 1977:11). Adapun metode pengumpulan data primer yang digunakan adalah:

A. Observasi pendekatan fenomenologis, atau pengamatan pendekatan fenomenologi, yaitu kegiatan mencermati langsung secara verbal dan visual terhadap kondisi objek penelitian dalam pandangan fenomenologis, dimana peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang dalam situasi tertentu (Universitas Negeri Jakarta : 2009). Pada metode ini, penulis akan mengamati seberapa besar kebutuhan manusia untuk didengarkan dan diperhatikan.

B. Wawancara, dimana menurut Koentjaraningrat adalah suatu cara yang digunakan untuk tujuan tertentu dan mencoba mendapat keterangan secara lisan dari seorang responden yang bersangkutan dengan cara bertatap muka. (Lestariningsih : 2011)

Pada metode ini, penulis akan mewawancarai narasumber yang berkecimpung dalam bidang sosial, seperti departemen sosial dan lembaga-lembaga non-formal lain yang sekiranya dapat memberi kontribusi baik untuk kampanye ini.

### **1.6.2 Pengumpulan Data Sekunder**

Adalah pengumpulan data yang diperoleh dari pihak-pihak lain , artinya data tersebut tidak diusahakan sendiri pengumpulannya seperti media publikasi, biro statistik, dan sumber bacaan lain. (Marzuki, 1977: 11). Metode pengumpulan data sekunder yang dipakai penulis antara lain:

- A. Kepustakaan, yaitu menggunakan studi literatur untuk data komparatif dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber, guna memperoleh teori-teori yang berhubungan dengan penulisan dan menunjang keabsahan data (Moloeng, 2001:113). Pada metode ini penulis akan mencari data tertulis sebanyak mungkin mengenai pengaruh pendengaran bagi psikologi manusia sebagai individu sosial dan teori lain yang mendukung penelitian.

## **1.7 SISTEMATIKA PENULISAN**

Untuk mengetahui gambaran umum tentang keseluruhan penelitian pendukung tugas akhir ini, maka dirasakan perlu sistematika yang akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Bab I. Pendahuluan, menjelaskan tentang latar belakang masalah yang menyangkut hal-hal atau dasar-dasar yang diterapkan pada gagasan yang nantinya menjadi acuan dalam pembuatan desain, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode

penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

2. Bab II. Telaah literatur, menjelaskan secara keseluruhan tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang telah diungkapkan. Terdiri dari dua sub bab, yaitu teori umum dan teori khusus. Teori umum berisi tentang teori dan analisa yang relevan dan didapat saat perkuliahan. Teori khusus merupakan teori tambahan yang disesuaikan dengan tema. Gambaran umum yang mengurai semua teori tentang kesehatan jiwa, komunikasi verbal, dan media komunikasi yang baik untuk sebuah kampanye sosial.
3. Bab III. Berisi analisa berupa observasi yang berkaitan dengan kampanye, dimulai dari pengumpulan data, baik data dari lembaga atau organisasi, hingga data pendukung lainnya. Data tersebut kemudian dianalisa dalam bentuk SWOT, khalayak sasaran, media, dan promosi.
4. Bab IV. Penetapan konsep perancangan seperti strategi desain, strategi komunikasi, mind-mapping, dan penetapan kreatif.
5. Bab V. Merupakan lampiran hasil perancangan secara visual disertai identitas media dan skala serta beberapa media yang akan digunakan.
6. Bab VI. Bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran. Berupa rangkuman pembahasan dan keseluruhan data dalam menyelesaikan masalah yang dilakukan selama proses perancangan desain komunikasi visual.